

Il **Consiglio Direttivo** del 14 Dicembre del 2000 è iniziato con alcune comunicazioni del Presidente riguardanti:

- 1) Lo svolgimento dello Iolim di Londra ed in particolare della Sessione Italiana Aida (*gli interventi dei relatori italiani alle pagine 4-22*) che verrà ripetuta in primavera in occasione dell'assemblea dei soci del 30 marzo 2001.
- 2) Le azioni dell'Aida, in accordo con altre associazioni professionali italiane del nostro settore, riguardo il copyright.
- 3) La politica editoriale dell'Aida.

Il C.D. ha quindi preso atto delle decisioni in merito:

- * All'organizzazione della prossima assemblea durante la quale si svolgeranno le elezioni delle cariche sociali.
- * Ai seminari da svolgersi nel corso dell'anno.
- * Alla partecipazione dell'Aida ad una eventuale continuazione del progetto DECIdoc (v. pag. 22)

L'ultima riunione di questo Consiglio Direttivo ha avuto luogo il 16 febbraio, preceduta dalla riunione del Collegio dei Revisori dei Conti.

L'Aida continua a presentare l'“Euroguida I & D”: l'occasione è stata il seminario “Il profilo europeo dei professionisti dell'informazione e della documentazione” svoltosi a Pisa il 13 gennaio 2001 nell'ambito di

un corso di qualificazione professionale per operatori dei centri di documentazione della Toscana ed organizzato dal Centro Servizi al Volontariato della Toscana (CESVOT), dalla Fondazione Istituto Andrea Devoto e dal Centro Internazionale del Volontariato (CNV).

La guida ha suscitato molto interesse manifestato con le numerose domande sul contenuto della guida stessa. E' stato particolarmente coinvolgente il successivo lavoro di gruppo: i discenti, divisi in due gruppi, si sono interrogati se, personalmente e/o come enti di appartenenza, corrispondessero a uno dei “livelli” dei campi di competenza menzionati nella guida.

Il punto di vista italiano sull'Online Information 2000

Londra, 5-7 dicembre 2000

*Lucia Maffei**

L'Online Information '2000, svoltosi a Londra nei giorni 5-7 dicembre 2000, ha, come di consueto, raccolto nei locali dell'Olympia Hall un numero assai alto di delegati (1.000 circa) e di visitatori dell'Exhibition di prodotti e servizi informativi (circa 15.000) prove-

* *Presidente AIDA.*

nienti da tutto il mondo. Le numerose sessioni svoltesi nei tre giorni di convegno (molte delle quali in parallelo) hanno ruotato intorno alla valorizzazione dell'informazione come risorsa economica. Questo concetto sintetizza un insieme di aspetti che vedono protagonista l'informazione ed i servizi di produzione, organizzazione e diffusione ad essa collegati. L'informazione si configura quindi sia come prodotto che ha davanti un mercato in espansione, sia come risorsa primaria per accrescere i vantaggi competitivi di qualunque azienda.

Ambedue gli aspetti sono stati analizzati da relatori provenienti da università, centri di ricerca e grandi aziende (molte operanti nel settore della comunicazione e della produzione di software per servizi informativi). La new economy ha fatto emergere in maniera prepotente il valore economico dell'informazione come elemento centrale del business. Prendono quindi rilevanza economica tutte le operazioni che sono legate al trattamento dell'informazione. Risulta così evidente dalle relazioni del convegno che esistono due facce della questione informazione:

1. quella legata alla costruzione di prodotti informativi innovativi come i portali finalizzati alla realizzazione di profitto e quindi rivolti all'esterno, ai potenziali utenti/clienti;

2. quella legata alla gestione dell'informazione e della conoscenza prodotta in azienda o assunta dall'esterno (knowledge management) che sempre più diventa elemento portante di produzione di valore aggiunto al business.

In entrambi i casi diventano cruciali due tipi di procedure:

- quelle di marketing
- quelle legate al trattamento dell'informazione (indicizzazione, valorizzazione, disseminazione)

Quest'anno in particolare, è sembrata definitivamente superata la convinzione - che pure per qualche anno ha aleggiato all'Online Meeting - che la tecnologia informatica di per sé possa risolvere i maggiori problemi legati al caos informativo. Mettere ordine nell'informazione perché questa sia effettivamente disponibile "al posto giusto e nel momento giusto" è diventato un obiettivo strategico delle imprese che hanno l'urgenza di rendere le loro intranet effettivamente efficaci come strumenti di knowledge management.

I temi portanti quindi quest'anno sono stati:

- portali
- tassonomia e indicizzazione
- creazione e gestione di *digital library*
- consorzi per gli acquisti di risorse elettroniche

- negoziazione di licenze, *copyright*, protezione dei dati
- informazione per il cittadino.

Si può parlare di una riscoperta da parte dei settori produttivi più avanzati del valore delle competenze professionali legate al trattamento dell'informazione, di un'apertura quindi di spazi anche occupazionali per tutta una serie di figure professionali legate al mondo della documentazione e della biblioteconomia che troppo presto un'ingenua, eccessiva fiducia nella tecnologia aveva dato per superate. Se l'informazione ha un valore economico, allora la sua gestione razionale ed efficace attraverso tecniche e procedure di catalogazione, indicizzazione, recupero e disseminazione diventa una questione ineludibile. All'interno del convegno poi, si è svolta, come tutti gli anni, la *sessione italiana* curata come sempre dall'*AIDA*. Quest'anno gli organizzatori dell'Online Information avevano ridisegnato le sessioni nazionali cominciando dal nome: International Forum. Erano poi state collocate in spazi più ampi all'interno dell'Exhibition e era stato assegnato un tempo maggiore per il loro svolgimento.

L'Italian Forum ha avuto come tema *Lo scenario italiano dell'informazione elettronica fra nuovi prodotti e antiche debolezze*. Il primo elemento che preme sottolineare è che la scel-

ta del tema è stata fatta tenendo presente la realtà italiana che ai nostri occhi è sembrata finalmente cominciare concretamente a muovere alcuni passi strategici per collocarsi adeguatamente all'interno della società dell'informazione. La situazione mantiene margini corposi di incertezza e contraddizione, ma, come vedremo, non mancano elementi che testimoniano passi concreti sul piano operativo, da parte del mercato e degli specialisti dell'informazione e, sul piano strategico, un nuovo impegno delle istituzioni pubbliche per aggredire i nodi cruciali della trasformazione. Gli esiti non sono scontati, i limiti e le debolezze che ci portiamo come retaggio sono una zavorra pesante, ma è indubbio che si è innescato un processo potenzialmente fruttuoso di cui possiamo provare a seguire le direttrici fondamentali:

Piano operativo: i portali e i consorzi

Una rapida ricerca nelle banche dati del Sole 24Ore ci informa che il mondo economico italiano ha sviluppato un fortissimo interesse verso i portali: dal 1 gennaio al 21 novembre 2000 ben 238 articoli nella titolazione facevano riferimento alla parola portale: una media che si avvicina ad un articolo al giorno. La pubblicistica esaminata ci dice anche che non c'è affat-

to chiarezza sulla terminologia. Molto spesso la parola portale semplicemente va a sostituire, in quanto termine percepito come più di tendenza, l'espressione "sito web". Si cominciano però, contemporaneamente, anche a trovare dei primi tentativi di censire le realizzazioni italiane in questo campo, cominciando anche ad applicare una prima tassonomia dei portali: si parla così di portali aperti, generalisti, chiusi, verticali, orizzontali, di nicchia. In Italia si contano attualmente circa una ventina di portali generalisti [1], mentre sembra impossibile tenere il conto di quelli specializzati. Dal punto di vista dei contenuti e delle strategie di penetrazione nel mercato sembrano essere state vincenti le scelte di fornire non solo informazioni, ma servizi: il grande balzo nella diffusione dei portali generalisti in Italia si è avuto in concomitanza con l'offerta di servizi gratuiti, quali accesso libero alla rete, caselle di posta elettronica gratuite, insieme alla possibilità di inviare sms, solo per citare gli esempi più vistosi e diffusi.

Se si vuole indagare chi sono in Italia gli utenti dei portali non possiamo aspettarci grossi scostamenti rispetto al profilo dell'utente tipo di Internet: fra i 18 e i 34 anni, maschio, istruzione

e reddito superiore alla media, si concentra nelle grandi città del centro-nord [2]. Come è evidente siamo ancora alla descrizione di un mezzo elitario, laddove nei paesi tecnologicamente più evoluti, ci si sta già attrezzando per creare nella rete prodotti per clienti appartenenti a strati sociali e culturali più popolari o a minoranze etniche.

Quale futuro allora per i portali? La parola chiave, secondo gli osservatori è senz'altro *selezione*. Angelo Mincuzzi sull'inserto *Manager* del *Sole 24 Ore* del 3 aprile 2000 prevede, citando uno studio del Boston Consulting Group, che nel mondo nei prossimi anni non rimarranno più di due-tre portali generalisti e che questi da soli controlleranno il 40-45% del mercato pubblicitario e il 20-25% del traffico di rete. Alle loro spalle si prevede che resisteranno portali di nicchia (attualmente circa 50.000 secondo una stima proposta proprio durante la sua presentazione all'Online Information 2000 da Amelia Kessel) che diventeranno fornitori di informazioni per i portali generalisti. Perché questo scenario? Le ragioni risiedono nella selezione che porterà a far emergere quei prodotti che saranno in grado di attuare strategie per attrarre visitatori e aumentare il loro tempo di perma-

nenza nel sito. Da questo punto di vista il portale di nicchia sembra avere le caratteristiche per meglio rispondere alle esigenze dell'utenza business e fornire un target più selezionato agli inserzionisti.

Se si passa dall'analisi delle novità sui prodotti a quelle sull'acquisizione e distribuzione dell'informazione, si registrano ancora positive novità. Un fenomeno ormai consolidato, ma di nascita piuttosto recente in Italia sono infatti i consorzi interuniversitari per l'acquisto di risorse elettroniche. Sono poco più di due anni circa che, dopo aver con interesse osservato quello che nel mondo accademico anglosassone succedeva, anche l'università italiana è riuscita a superare il suo inveterato individualismo, grazie ad alcuni fattori concomitanti e all'entusiasmo e all'impegno di un gruppo di testa di bibliotecari e esperti dell'informazione. La necessità di seguire l'evolversi continuo dell'editoria elettronica, la pressione degli utenti perché la comunità scientifica, specialmente quella accademica, possa avere a disposizione quanto di meglio si produce in questo campo, l'aumentare correlato dei costi (sia dei prodotti a stampa che di quelli elettronici), ha prodotto l'impossibilità, non solo per le singole bibliote-

[1] Dario Banfi, **Portali pronti per la selezione digitale**, *Internet News*, agosto 2000
<inews.tecnit.it/articoli/Aagosto2000/Dossier0008.html>

[2] Fabio Grattagliano, **Web generation: gli italiani con la marcia in più**, *Sole 24Ore*, 6 marzo 2000. L'articolo commenta dati Eurisko rielaborati da Cia Medianetwork.

che, ma anche per i singoli atenei, di far fronte a tale massa di impegni economici. Nascono quindi dalla necessità di realizzare economie di scala e contemporaneamente elevare la quantità e qualità dei servizi, i consorzi che in varia forma, ma comunque sempre a livello interuniversitario, hanno cominciato la politica di contrattazioni, per nome e conto degli enti consorziati, di grossi pacchetti di risorse elettroniche da distribuire poi all'interno degli atenei. Sto parlando di CIBER, CIPE, CILEA, a cui AIDA ha già dedicato in passato attenzione. Essi ad oggi non sono più una novità, ma qui preme sottolineare ancora la funzione per due aspetti: primo perché sono una delle non molte realizzazioni che in questo momento hanno fatto fare un passo in avanti concreto e rilevante alle possibilità di accesso all'informazione elettronica nel nostro paese a livello molto diffuso (ormai si calcola che siano oltre il 70% le università interessate dal fenomeno), secondo, perché, muovendosi in una dimensione armonica con quanto sta succedendo in altri paesi europei e negli Stati Uniti, stanno anche provocando a catena, una politica di riorganizzazione e razionalizzazione delle risorse informative negli atenei, tanto neces-

saria quanto difficile da perseguire nei fatti in passato. In ultimo poi giova anche ricordare che il processo di aggregazione sta producendo una novità importante: i tre maggiori consorzi che, fino a poco tempo fa operavano in maniera autonoma, stanno sviluppando delle interessanti strategie comuni di contrattazione che avranno come esito una pratica collaborativa a vari livelli e soprattutto la creazione di una massa critica tale che si potrà cominciare a parlare davvero di contrattazioni a livello unico nazionale, almeno nei fatti. Un risultato evidentemente positivo, sia per le ricadute sulla qualità dei servizi, ma ancor più se si volta la testa indietro, alla situazione frammentaria ancora esistente da questo punto di vista nel mondo accademico fino a pochissimo tempo fa.

Piano normativo-politico: la legge sul diritto d'autore, l'e-government, la riforma della scuola e dell'università

Dopo anni di attesa, come è noto, è stata approvata la legge 248/2000 che va a modificare molti articoli della legge 633/1941. L'articolato, complesso e molto ampio, trae la sua *ratio* dalla necessità di reprimere le frodi nella vasta ma-

teria della proprietà intellettuale, andando quindi a coprire un ampio spettro di terreni, da quello delle manifestazioni artistiche a quello della riproducibilità delle banche dati e delle produzioni editoriali. Non interessa in questa sede ripercorrere le polemiche suscitate nel mondo professionale da alcuni articoli della legge e che hanno visto protagonista anche la nostra associazione, insieme ad AIB e GIDIF, RBM [3]. Giova invece, ai fini del nostro ragionamento, cogliere l'aspetto di novità che deriva dall'avere il Parlamento finalmente tentato di intervenire in una materia trascurata per l'intera storia della Repubblica italiana. Quello che semmai è discutibile sono gli esiti e soprattutto il fare riferimento in particolare per quanto riguarda la difesa del diritto d'autore nell'editoria, ad un universo prevalentemente cartaceo quando invece le sfide maggiori ci vengono dall'elettronico. Non si può comunque negare che si tratti di un passo avanti in una dimensione europea.

La dimensione europea delle scelte strategiche sul piano politico è poi testimoniata anche dal piano per l'*e-government* [4] che nasce dal piano europeo *e-Europe2002*. Il documento europeo traccia le linee guida secondo cui i singoli governi sono

[3] Per una panoramica dell'attività delle associazioni professionali in relazione all'applicazione della legge si rimanda ai siti rispettivi: www.aibweb.it per l'AIB, www.aidaweb.it per l'AIDA, www.gidif-rbm.it per il GIDIF-RBM.

[4] www.governo.it/ffsi

chiamati alla costruzione di una serie di interventi integrati volti a rendere il rapporto fra stato e cittadino sempre più immediato attraverso l'adozione delle nuove tecnologie come mezzo preferenziale di comunicazione e semplificazione. Lo stesso Online Information 2000 ha testimoniato come, sulla base di questo documento europeo, tutti i paesi interessati si stiano muovendo in sintonia con il varo di programmi per l'e-government. Il governo italiano ha sviluppato il suo piano ed insieme anche degli strumenti specifici di comunicazione e dibattito come il *Forum per la Società dell'Informazione*. Gli obiettivi principali del piano sono:

- migliorare l'efficienza operativa interna alle Amministrazioni;
- offrire ai cittadini e alle imprese servizi integrati e non più frammentati secondo le competenze dei singoli enti di governo;
- garantire a tutti l'accesso telematico alle informazioni e ai servizi erogati dalle pubbliche amministrazioni.

Strumenti cardine per sviluppare gli obiettivi di una comunicazione sempre più affidata alle nuove tecnologie fra stato e cittadino sono individuati nella costruzione di un sistema integrato di reti delle amministra-

zioni pubbliche, la carta di identità elettronica e la firma digitale per quanto attiene i rapporti fra stato e cittadini o imprese, mentre per quanto attiene al diritto all'informazione è previsto il libero accesso ai testi di legge, garantito attraverso la costruzione di un portale apposito [5].

In ultimo, non possiamo non citare come elemento di forte discontinuità con il passato, la riforma del sistema formativo. La scuola e l'Università sono interessate in questo momento da innovazioni profonde che partono dalla premessa di inadeguatezza del vecchio ordinamento a formare cittadini e professionalità in grado di muoversi con la necessaria cultura e padronanza di strumenti nella società di oggi e più ancora del futuro. Obiettivo da raggiungere: una diffusione a livello di massa di conoscenze adeguate a muoversi in una società complessa e ipertecnologizzata e creare professionalità medie e alte in grado di rispondere alle richieste di un mercato alla ricerca di profili di competenze in continua evoluzione. Gli esiti sono tutti da verificare e le discussioni accese a cui abbiamo assistito, non solo sui mezzi di informazione, ma anche all'interno delle istituzioni formative, in particolare negli atenei alle prese con la ridefinizione dei

percorsi didattici, sono indicative delle difficoltà a conciliare pressioni volte a creare professionalità a contenuto fortemente innovativo immediatamente spendibili sul mercato con quelle che, con occhio più lungimirante, vogliono fornire ai nuovi laureati contenuti meno immediatamente professionalizzanti, ma più attenti agli aspetti metodologici ed epistemologici per formare, in particolare, quelle attitudini alla flessibilità concettuale e alla capacità di autonomi percorsi di conoscenza che sono alla base delle più innovative richieste del mondo del lavoro. Scommesse che come tali possono essere vinte o perse, ma tentativi comunque di muovere un settore strategico per il destino del nostro paese. Interventi, come abbiamo visto, a livello politico e normativo su settori cruciali della società. Dalle trasformazioni da essi innescate possono nascere sinergie e convergenze in grado di porre le premesse per un cambiamento radicale della mentalità e della cultura della nostra società.

Il panorama italiano quindi, si pone, per la prima volta forse, in sintonia con movimenti analoghi e convergenti di dimensione europea, lo testimonia finalmente anche una certa coincidenza del dibattito e delle emergenze italiane con i temi che ab-

[5] Su questo particolare aspetto, cfr. Lucia Maffei, *Newsnet*, AIDA Informazioni, 2000, v.18, n.3/4, pp.41-42.

biamo visto essere quelli maggiormente esplorati durante l'Online Information '2000.

Sta quindi tutto marciando nella direzione giusta? Purtroppo il nuovo che si affaccia, non può farci dimenticare che abbiamo delle sabbie mobili sotto i nostri piedi che rischiano di far affondare questi tentativi di allinearsi con situazioni più avanzate. Le nostre sabbie mobili si chiamano drammatica mancanza del bagaglio culturale minimo a livello di massa: una recente indagine Censis riportata dal *Sole 24 Ore* [6] ci documenta che il 34,6% dei nostri concittadini è al limite dell'analfabetismo (Svezia 7%, Germania 12%), nel senso che non ha gli strumenti necessari per comprendere un articolo di giornale, un racconto, una lettera. Se al dato dei semi-analfabeti si somma quello di coloro che hanno solo limitate capacità di base (30,9%) si arriva ad un 65,5% di italiani che non hanno, al momento, nessuna chance di inserirsi nella società dell'informazione, a fronte di un 26,5% con competenze sufficienti e solo l'8% che possiede elevate competenze.

Ma dove il dato diventa incredibilmente allarmante è nella fascia di età compresa tra i 16 e i 25 anni di età quando la carrie-

[6] Andrea Casalegno, *Scuola, l'overdose di riforme non ha giovato all'apprendimento*, *Sole 24Ore*, 2, dicembre 2000, p. 7

ra scolastica dovrebbe essere in corso o appena conclusa: il 15,4% dei ragazzi è alle soglie dell'analfabetismo, il 32,4% ha limitate competenze, per un totale quindi del 47,8% di giovani assolutamente impreparati ad inserirsi in una società moderna.

Luci e ombre quindi nel panorama italiano, ma se pesante è il retaggio che proviene da carenze strutturali e purtroppo "storiche" della nostra società, non dobbiamo sottovalutare i vari segnali positivi che pure esistono e che provengono, come abbiamo visto, da un risveglio di attività e interventi su vari piani che ci hanno consentito quest'anno all'Online Information di riconoscere nei temi emergenti del convegno, le stesse tematiche che sono al centro non solo del dibattito teorico, ma anche dell'attività in Italia.

* * *

Portali di Piombo

*Gabriele Gatti**

Lo scopo di questo intervento è di richiamare l'attenzione su alcuni temi che a mio avviso sarà importante tenere presenti nell'esaminare la futura evoluzione del web italiano.

Mi riferisco al futuro, in quanto

* Biblioteca del Dipartimento di Scienze Umane e dell'Educazione, Università degli Studi di Siena.

qualsiasi bilancio o tentativo di individuare tendenze consolidate sarebbe azzardato nella fase di rapido cambiamento in cui ci troviamo. Ad un ritmo incalzante, giusto in questi mesi Internet sta diventando un fenomeno realmente rilevante in Italia, dal punto di vista sociale ed economico: gli utenti Internet sono aumentati mediamente di 500.000 unità al mese nel corso del 2000 e nella seconda metà dell'anno si è registrato un aumento del 155% delle imprese sito [1]. Ogni mese, se non ogni settimana, vengono lanciati nuovi siti, tutti invariabilmente definiti col termine in voga: *portali*.

Ma perché portali, e portali verso cosa?

La definizione di "portale" è tutt'altro che univoca, e spesso consiste in una elencazione di servizi "tipici", di cui non si vede il filo conduttore. I fili conduttori sono talvolta sintetizzati nelle tre parole chiave *FIND*, *CONNECT* e *BUY*.

FIND si riferisce alle funzioni di navigazione e recupero delle informazioni diffuse nel complesso della rete. In effetti, sto-

[1] Onetone research. **La rete in Italia:** gennaio-dicembre 2000 : dati, commenti e tendenze della rete nel 2000, l'anno di Internet, nel bene e nel male. *La Newsletter di Onetone Research*, 2000, dicembre, <<http://research.onetone.it/newsletter/2000/dicembre.pdf>>; Shoplab.it, **Commercio elettronico B2C:** i conti tornano? Abstract. Novembre 2000, <<http://www.shoplab.it>>.